

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP BERITA DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM MEDANTALK**

(Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Medan Area)

SKRIPSI

OLEH

**OSCAR GEOFFREY JONANCA
NPM 168530060**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/4/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)28/4/23

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP BERITA DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM MEDANTALK**
(Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Medan Area)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area

OLEH

OSCAR GEOFFREY JONANCA
NPM 168530060



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/4/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)28/4/23

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP BERITA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MEDANTALK (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area)


Nama : OSCAR GEOFFREY JONANCA

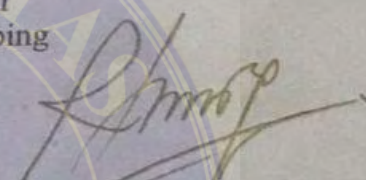
Npm : 168530060

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politi


Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Dr. Nina Siti Salmaniah Siregar, M.Si
Pembimbing I


Dr. Effiati Juliana Hsb, M.Si
Pembimbing II

Mengetahui


Dr Effiati Juliana Hasibuan, M.Si
Dekan


Agnita Yolanda, B.Comm, Msc
Ka. Prodi

Tanggal Lulus: 1 Maret 2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 1 Maret 2023



OSCAR GEOFFREY JONANCA
NPM 168530060

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : OSCAR GEOFFREY JONANCA

Npm : 168530060

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area)

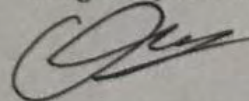
. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Medan

Pada tanggal: Maret 2023

Yang menyatakan



(OSCAR GEOFFREY JONANCA)

ABSTRAK

Oleh:

OSCAR GEOFFREY JONANCA

Banyak media massa baik cetak maupun televisi menggunakan media sosial instagram sebagai sarana dalam penyebaran berita memunculkan beragam persepsi bagi yang mengaksesnya.

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Medantalk memanfaatkan media sosial dalam penyebaran informasi. Untuk menganalisis efektifitas Medantalk dalam menyebarkan informasi melalui Instagram

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian secara statistic.

Adapun tehnik pengumpulan data dengan cara penyebaran kusioner kepada seluruh responden yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi menunjukkan bahwa korelasinya diperoleh 81,9 dan mempunyai nilai kemantapan yang berada dinilai 0,71 -0,90 maka, untuk uji koefisien korelasi yang berarti data di atas memiliki hubungan yang tinggi. Untuk uji F diperoleh nilai sebesar 3,467 dengan demikian hipotesis diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Medan Area berpengaruh positif Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk. Secara Uji koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Medan Area sebagai variabel bebas dapat menjelaskan Berita di Media Sosial Instagram MedanTalk sebagai variabel terikat sebesar 85% pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Medan Area artinya dengan adanya persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Medan Area maka persepsi tentang MedanTalk berdampak positif dengan baik.

Kata Kunci: Persepsi, Berita, MedanTalk

ABSTRACT

By:

OSCAR GEOFFREY JONANCA

Many mass media, both print and television, use Instagram social media as a means of spreading news, giving rise to various perceptions for those who access it.

As for the purpose of this research is to analyze Medantalk utilizing social media in disseminating information. To analyze the effectiveness of Medantalk in disseminating information through Instagram

This research method uses descriptive quantitative which is a research method used to conduct research statistically.

The data collection technique was by distributing questionnaires to all respondents, namely Communication Science students, the Faculty of Social and Political Sciences, University of Medan Area

Based on the results of the calculation of the correlation coefficient, it shows that the correlation is 81.9 and has a stability value which is rated 0.71 - 0.90 so, for the correlation coefficient test, it means that the data above has a high relationship. For the F test, a value of 3.467 was obtained, thus the hypothesis was accepted, so it can be concluded that Student Perceptions of the Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Medan Area, have a positive effect on news on Medantalk Instagram Social Media. By testing the coefficient of determination in this study, it shows that the perception of students of Medan Area University communication as an independent variable can explain the News on Social Media Instagram MedanTalk as the dependent variable of 85% of students of communication science at the University of Medan Area, meaning that there is a perception of students of Medan Area University of communication science then the perception of MedanTalk has a good positive impact.

Keywords: Perception, News, MedanTalk

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Oscar Geoffrey Jonanca, lahir di Tanah Merah pada tanggal 20February 1999, anak dari bapak Jufrizal S.Sos dan ibu Amiryanti AMD. Penulis merupakan Putra ke 2 (dua) dari 3 (tiga) bersaudara. Pada tahun 2004 penulis bersekolah di Sekolah Dasar Islam An nizzam Medan, selanjutnya pada tahun 2010 penulis melanjutkan sekolah di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 3 Medan, kemudian pada tahun 2013 penulis melanjutkan sekolah di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) SMK Negeri 10 Medan. Dan pada tahun 2016 sampai sekarang penulis terdaftar sebagai Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Univeristas Medan Area.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat melengkapi tugas-tugas yang diwajibkan kepada Mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik pada Program Studi Ilmu Komunikasi untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1. Adapun judul yang diajukan sehubungan dengan penyusunan skripsi ini adalah “Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area)”.

Dalam penulisan proposal ini penulis mengalami banyak kesulitan, seperti keterbatasan kemampuan penulis, keterbatasan waktu dan sebagainya. Namun, dengan kemauan keras dan dorongan cita-cita serta tanggungjawab yang dilandasi dengan itikad baik, akhirnya kesulitan tersebut dapat teratasi. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan, bantuan, dukungan serta segala doa yang diberikan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan terimakasih kepada:

1. Yang Terhormat Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Yang Terhormat Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Poltik Universitas Medan Area.
3. Yang Terhormat Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Scselaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

4. Yang Terhormat Ibu Dr. Nina Siti Salmaniah Siregar, M.Si selaku dosen Pembimbing I penulis.
5. Yang Terhormat Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si selaku dosen Pembimbing II penulis.
6. Yang Terhormat Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Civitas Akademik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
7. Orang tua saya tercinta dan tersayang, Ayahanda Jufrizal S.Sos dan Ibunda Amiryanti AMD yang selalu mendoakan penulis dengan sepenuh hati, memotivasi dan memberikan semangat yang tiada henti demi kelancaran penulis dalam mencapai gelar Sarjana.
8. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area yang telah membantu penulis dalam memperoleh data serta menyempatkan waktu dan memberikan tempat untuk kelancaran penelitian penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Penulis

OSCAR GEOFFREY JONANCA

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Persepsi	11
1. Syarat Terjadinya Persepsi.....	13
2. Factor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	13
B. Berita.....	15
1. Pengertian Berita.....	15
C. Media Sosial.....	19
1. Pengertian Media	19
2. Pengertian Sosial.....	19
3. Pengertian Media Sosial.....	21
4. Manfaat dan Fungsi Media Sosia.....	22
5. Karakteristik Media Sosial.....	24
D. Instagram.....	27

1. Pengertian Instagram.....	27
2. Instagram Sebagai Media Komunikasi.....	29
E. Pengertian Komunikasi Interpersonal.....	30
F. Kerangka Berpikir.....	32
G. Penelitian Terdahulu.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
B. Jenis Dan Sumber Data.....	39
C. Populasi dan Sampel.....	40
D. Defenisi Konsep dan Operasional.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek penelitian.....	48
1. Sejarah Universitas Medan Area.....	48
B. Deskripsi Objek Penelitian	50
1. Visi.....	50
2. Misi.....	50
3. Tujuan.....	50
4. Sasaran.....	51
5. Struktur Organisasi.....	52
6. Profil MedanTalk.....	53
C. Hasil Penelitian.....	55

1. Karakteristik Responden.....	55
2. Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk (Studi Pada Pelajar Program Studi ILKOM FISIP Universitas Medan Area).....	56
D. Pembahasan.....	65
1. Koefesien Korelasi.....	65
2. Uji Determinasi.....	65
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan media sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat. Perkembangan media sekarang ini berkembang pesat dari tahun ke tahun. Berawal dari media konvensional hingga akhirnya di era digital ini media sosial menjadi media paling populer di kalangan masyarakat modern. Media sosial di berbagai platform memudahkan penggunaannya dalam melakukan komunikasi bahkan dalam jangkauan yang lebih luas lewat berbagai aplikasi yang sesungguhnya seperti Instagram, Line, Facebook, Whatsap, dan lain sebagainya

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat sangat membutuhkan informasi. Pada zaman sekarang di mana dunia sudah tidak ada batas lagi untuk mengakses informasi apa saja dengan telepon genggam (android) yang hanya mengandalkan sentuhan jari dengan mudah mengetahui apa yang telah atau terjadi didunia ini.

Dahulu masyarakat hanya membaca berita dengan media cetak berupa koran, dengan foto dan gambar saja, tapi sekarang orang bisa membaca berita dengan mudah karena menarik dan tidak membosankan. Berita sekarang sudah bisa disajikan juga lewat video, audio, dan tulisan. Walaupun durasi videonya pendek, namun orang lebih tertarik melihat di media sosial daripada harus menonton televisi. Media konvensional semakin hari mulai semakin ditinggalkan oleh masyarakat terlebih oleh anak muda. Media sosial bisa didapatkan lewat gadget atau smartphone hanya dengan genggaman tangan dianggap lebih praktis, mudah, dan cepat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, informasi berarti kabar, pemberitahuan, keterangan, pengertian, penerangan. Sedangkan menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik mengatakan bahwa informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosial serta merupakan bagian penting bagi ketahanan nasional, dalam undang-undang tersebut yang dimaksud dengan informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik dan non-elektronik. Dengan keberadaan media sosial ini memudahkan kita untuk mengakses berbagai informasi sehingga kita dapat mengetahui apa yang sedang terjadi di sekitar kita.

Menurut Ahmad Setiadi, perkembangan penggunaan media internet sebagai komunikasi menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan bahkan kemudian muncul istilah telepon pintar (smartphone). Hadirnya smartphone, fasilitas berkomunikasi pun beraneka macam, mulai dari sms, mms, chatting, email, video live, dan lain-lain yang menyangkut dengan fasilitas sosial media. Penggunaan smartphone yang juga semakin lama semakin bertambah dengan fitur yang disediakan oleh para produsen seluler, salah satu contoh adalah kita dapat menonton video bahkan siaran televisi sekalipun hanya dengan mengetik dan mencarinya di mesin pencari seperti Google. Penemuan berbagai macam teknologi informasi memudahkan masyarakat mencari informasi dalam waktu yang cepat. Kecanggihan teknologi tersebut telah

memudahkan kita untuk mengakses segala sesuatu yang dapat dilihat melalui internet.

Media sosial saat ini tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi saja. Tapi media sosial saat ini sudah digunakan oleh media massa untuk menyebar luaskan berita. Oleh sebab itu banyak media massa baik cetak maupun televisi menggunakan media sosial instagram sebagai sarana dalam penyebaran berita.

Instagram, merupakan salah satu media sosial yang populer di masyarakat modern. Hampir sebagian masyarakat memiliki akun Instagram. Dahulu, Instagram hanya digunakan untuk mengunggah foto pribadi dengan caption (keterangan foto) saja. Tapi, tidak di era digital sekarang ini. Instagram mulai memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan berita dan mendapatkan berbagai informasi.

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto dan video yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur paling penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi unggahan tersebut menjadi populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram bisa juga melalui jejaring sosial Twitter dan juga Facebook.

Jika pada awal kemunculannya di tahun 2010 Instagram hanya mampu mengkapasitasi para penggunanya untuk mengunggah video berdurasi 15 detik,

pada tahun 2015 Instagram telah membuat fitur untuk mengunggah video berdurasi 1 menit. Pada tahun 2018, Instagram bahkan mengeluarkan fitur terbaru yaitu penggunanya dapat mengunggah video ataupun foto dengan maksimal jumlah 10 slide dalam satu kali posting. Sadar akan banyaknya pengguna, Instagram pun terus menambah fitur demi tetap mampu bersaing. Fitur Instagram Story, yang dirilis beberapa waktu lalu, merupakan bentuk adaptasi dari pesaing terdekatnya yakni Snapchat. Kedua fitur di dua media sosial yang bersaing ini pun menjadi salah satu bukti bahwa Facebook melalui Instagram ingin memonopoli dunia media sosial. Di sisi lain, Instagram pun terus mengadopsi fitur yang sudah populer di berbagai media sosial lain. Pengguna aktif Instagram pasti mampu menyadari bahwa Instagram rutin melakukan pembaharuan dan ada berbagai fitur baru Instagram yang mulai bermunculan (<https://www.seniberpikir.com>).

Tampilannya yang menarik dan mudah (*eye catching*), masyarakat modern lebih memilih untuk membaca dan mem-follow (mengikuti) akun berita media mainstream di media sosial Instagram. Masyarakat bisa membaca, melihat dan mendengarkan lewat foto, teks, video atau audio yang diunggah. Tidak hanya satu arah seperti Teori Komunikasi yaitu Teori Jarum Suntik, tapi melalui Instagram ini masyarakat juga bisa saling melakukan interaksi lewat kolom komentar yang disediakan Instagram. Selain kolom komentar juga ada lambang "love" untuk melakukan like atau dislike terhadap postingan yang diunggah, sehingga terjadi komunikasi dua arah.

Melihat media sosial Instagram, akun berita seperti Kompas.com, Tribunnews, Tirto.id, dan Tempodotco, tentu tidak menyalakan kesempatan tersebut. Bahkan, masyarakat maupun komunitas biasa pun dapat juga membuat

akun Instagram sendiri untuk berbagi video ataupun foto yang dimilikinya. Tanpa harus mengurus surat izin untuk penyiaran dan menyerupai seperti televisi konvensional lainnya, langkah ini juga dimanfaatkan Medantalk.

Walaupun orang-orang yang bertemu muka tersebut tidak saling berbicara atau tidak saling menukartanda-tanda, interaksi sosial telah terjadi, karena masing-masing sadar akan adanya pihak lainya menyebabkan perubahan perubahan dalam perasaan maupun syaraf orang-orang yang bersangkutan, yang disebabkan oleh misalnya bau keringat, minyak wangi, suaraberjalan, dan sebagainya semuanya itu menimbulkan kesan didalam pikiran seseorang, yang kemudian menentukan tindakan apa yang akan dilakukannya. Keberadaan internet sedikit banyak telah mengubah pola interaksi masyarakat. Pola interaksi dilakukan tanpa harus dalam satu ruang dan waktu bersamaan. Internet meleburkan batas-batas yang menghambat seseorang untuk berinteraksi.

Dengan adanya modernitas, hubungan ruang dan waktu terputus dan kemudian ruangperlahan-lahan terpisah dari tempat. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa manusia menciptakan interaksi baru tanpa harus bertemu fisik yang salah satunya melalui internet. Komunikasi tidak hanya dilakukan secara fisik, tetapi dapat dilakukan dengan berbagai media sosial seperti dunia maya. Dengan pesatnya perkembangan new media, telah memberikan dampak terhadap situs-situs komunikasi, dari sekedar email dan chatting, menjadi media sosial atau jejaring social seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, Snapchat. Salah satu media sosial yang sedang banyak digunakan oleh pengguna gadget saat ini adalah Instagram.

Alasan dalam pemilihan judul adalah bahwa media Medantalk dalam penyajian informasi tidak sama dengan media-media online yang lain, dalam hal ini penyajian informasi yang disajikan media Medantalk secara keseluruhan melalui konten video yang banyak disenangi kalangan muda. Mengingat era digital banyak kejadian-kejadian di seputar Kota Medan yang menjadi sorotan masyarakat dengan adanya media Medantalk langsung konten tersebut menjadi menyebar keseluruh pengguna instagram sehingga disebut dengan bahasa “Viral”

Dalam penelitian ini yang menjadi fenomena adalah mengingat daya baca remaja yang semakin rendah, jaman semakin berkembang yaitu jaman digital, dalam mendapatkan informasi lebih mudah dan cepat didapat yaitu melalui media social, media social yang saat ini yang banyak digunakan para remaja adalah media instagram MedanTalk yang merupakan salah satu media online yang terkenal di Kota Medan yang informasinya langsung beredar cepat pada instagram sehingga menjadi “Viral”, dengan adanya media MedanTalk sehingga memunculkan suatu persepsi dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area yang mana pengguna Instagram Medan Talk memiliki banyaknya *follower* pada instagram Medantalk khususnya di Kota Medan. Membicarakan media sosial instagram rasanya tak akan lepas dari beberapa alasan mengapa para mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area tertarik menggunakan media sosial tersebut. Mulai dari untuk mendapatkan informasi-informasi kejadian criminal sampai informasi bisnis, politik sehingga mampu membuka wawasan serta informasi mengenai berbagai macam hal secara lebih luas dan dengan kita memposting berita di MedanTalk dan dikomentari oleh orang lain maka kita akan merasa bahwa keadaan kita di akui oleh orang lain. secara cepat dan banyak

dengan hanya dengan melihat akun pribadi orang lain, karena kebanyakan para pengguna instagram lain, mereka dengan senang hati memberi informasi dari akun instagram MedanTalk.

Hal ini lah yang membuktikan bahwa media sosial Instagram sangat berperan penting dalam berinteraksi sosialantar mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Sementara itu media sosial instagram takhanya berperan sebagai media komunikasisaja, melainkan instagram dapat membantukhalayak untuk berhubungan dengan kerabatatau teman, baik yang sudah lama kita kenalmaupun yang belum kita kenal, baik yang berada sangat dekat dengan kita maupun yang sangat jauh dari kita, lalu dapatmencari teman lama maupun teman baru yang diinginkan. Selain itu dapat memiliki banyak teman dari semua kalangan, seluruh daerah bahkan seluruh dunia. Dan pararemaja juga bisa mendapatkan informasi

Postingan yang dimiliki Medantalk sampai pertanggal 06 Januari 2021 sebanyak 40.003 sedangkan jumlah pengikutnya sebanyak 966.000 dan yang mengikuti sebanyak 1.429. bisa dilihat bahwa dengan data tersebut banyaknya peminat akan media Medantalk, dengan jumlah pengikut yang begitu besar masih banyaknyanya postingan dalam bentuk konten video, mayarakat yang menggnakan instagram lebih cendrung dengan penyajian bentuk video dari pada membaca, media Medantalk ini sering menjadi viral dalam setiap penyajian informasi-informasi khususnya bidang kehidupan sehari-hari, dapat diihat bahwa postingan terdapat ketidak efektifan instagram Medantalk dalam penyajian informasi khususnya dalam penyajian berbagai informasi yang tidak teratur. Intensitas dalam penyajian informasi melalui instagram pada Medantalk kurang menarik dalam

penyajian nya, Akun-akun tersebut berfokus mengunggah konten berupa video ataupun foto disertai dengan *caption* yang menerangkan foto atau video yang mereka unggah tersebut. Konten yang disajikan pun beragam, mulai dari berita kriminalitas, bencana alam, kebakaran, kecelakaan, peristiwa yang sedang marak dibicarakan di Medan, dan sebagainya. Diantara akun-akun tersebut, akun @medantalk merupakan akun yang postingannya kerap dilihat oleh masyarakat Medan dan memiliki jumlah pengikut terbanyak.

Akun @medantalk aktif mengunggah konten informasi yang beragam. Mulai dari berita kriminalitas (pembegalan, pencurian, pembunuhan, penjangbretan, pemerkosaan dan bentuk kejahatan lainnya), kecelakaan, banjir, kebakaran dan lain lain. Ada juga konten berupa inforial, acara pemerintahan, dan juga berita informatif mengenai Kota Medan. Akun @medantalk terhitung mulai aktif memposting konten video maupun foto dari tahun 2015, kini akun @medantalk telah memiliki total sebanyak 32.700 postingan. Dalam sehari akun @medantalk dapat mengunggah hingga 5 postingan dengan konten yang beragam. Konten-konten tersebut didapatkan bukan saja hanya dari tim akun @medantalk, namun juga dari orang yang sedang berada di lokasi kejadian kemudian merekamnya dan sengaja dikirim ke akun @medantalk untuk disebar luaskan (<https://www.instagram.com/medantalk>).

Pemilihan tema dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana keefektifan Instagram sebagai media penyebaran informasi yang digunakan pada akun Instagram Medantalk. Adapun fokus pemilihan Medantalk sebagai objek penelitian dikarenakan media ini merupakan media terpopuler di Medan, mengupload video berita yang up to date. Berdasarkan uraian latar belakang

masalah yang dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkajinya lebih dalam dengan judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area)”

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada Medantalk dan mahasiswa mahasiswi ilmu komunikasi UMA berdasarkan :Efektivitas Medantalk dalam menyebarkan informasi

1. Cara Medantalk memanfaatkan media sosial Instagram dalam menyebarkan informasi
2. Kendala dalam menyebarkan informasi

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka fokus rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini adalah: Bagaimana Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area)?

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis Medantalk memanfaatkan media sosial dalam penyebaran informasi
2. Untuk menganalisis efektifitas Medantalk dalam menyebarkan informasi melalui Instagram

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang **Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi"** (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Medantalk). Oleh karena itu, riset ini diharapkan mampu menyediakan referensi baru tentang Media Sosial Instagram.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberi manfaat melalui analisis yang dipaparkan pada pihak-pihak yang bergelut dalam organisasi, dan masyarakat pada umumnya memiliki bahan bacaan dan diskusi yang bisa menambah wawasan tentang Media Sosial Instagram.
3. Bagi pihak lain, bisa dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama dimasa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi mengandung pengertian yang sangat luas, menyangkut intern dan ekstern. Berbagai ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi, walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Sugihartono, dkk (2007: 8) mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Menurut Bimo Walgito (2014:70) mengungkapkan bahwa persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dengan berbagai macam bentuk. Stimulus mana yang akan mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Berdasarkan hal tersebut, perasaan, kemampuan berfikir, pengalaman-pengalaman yang dimiliki individu tidak sama,

maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antar individu satu dengan individu lain. Setiap orang mempunyai kecenderungan dalam melihat benda yang sama dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pengetahuan, pengalaman dan sudut pandangnya. Persepsi juga bertautan dengan cara pandang seseorang terhadap suatu objek tertentu dengan cara yang berbeda-beda dengan menggunakan alat indera yang dimiliki, kemudian berusaha untuk menafsirkannya.

Persepsi baik positif maupun negatif ibarat file yang sudah tersimpan rapi di dalam alam pikiran bawah sadar kita. File itu akan segera muncul ketika ada stimulus yang memicunya, ada kejadian yang membukanya. Persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya (Waidi, 2006: 118). Menurut Jalaludin Rakhmat (2017:51) menyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sedangkan, Suharman (2005:23) menyatakan: “persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia”. Menurutnya ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya.

1. Syarat Terjadinya Persepsi

Menurut Sunaryo (2004: 98) syarat-syarat terjadinya persepsi adalah sebagai berikut:

- a. Adanya objek yang dipersepsi
- b. Adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan persepsi.
- c. Adanya alat indera/reseptor yaitu alat untuk menerima stimulus
- d. Saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus ke otak, yang kemudian sebagai alat untuk mengadakan respon.

2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Miftah Toha (2003: 154), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut :

- a. Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- b. Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek. Menurut Bimo Walgito (2004: 70) faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan beberapa faktor, yaitu:

- 1) Objek yang dipersepsi Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang

bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

- 2) Alat indera, syaraf dan susunan syaraf Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang.
- 3) Perhatian Untuk menyadari atau dalam mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu sekumpulan objek.

Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsi suatu objek, stimulus, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain sekalipun situasinya sama. Perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan-perbedaan individu, perbedaan-perbedaan dalam kepribadian, perbedaan dalam sikap atau perbedaan dalam motivasi. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuannya.

3. Proses Persepsi

Menurut Miftah Toha (2003: 145), proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

1) Stimulus atau Rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya.

2) Registrasi

Dalam proses registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.

3) Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi tersebut bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.

B. Berita

1. Pengertian Berita

Berita (news) adalah sajian utama sebuah media massa di samping views (opini). Mencari bahan berita kemudian menyusunnya merupakan tugas pokok wartawan dan bagian redaksi sebuah penerbitan pers (media massa). (Romli, 2014 : 3) Tidak ada rumusan tunggal mengenai pengertian berita. Bahkan, "News is

difficult to define, because it involves many variabel factors,” kata Earl English dan Clarence Hach. Berita sulit didefinisikan, sebab ia mencakup banyak faktor variabel. “Berita lebih mudah dikenali daripada diberi batasannya,” menurut Irving Resenthall dan Marton Yarmen. (Romli, 2014 : 3) Namun demikian, banyak pakar komunikasi yang mencoba merumuskan definisi- definisi berita, dengan penekanan yang berbeda terhadap unsur-unsur yang dikandung oleh sebuah berita. Nothclife misalnya, menekankan pengertian berita pada unsur “keanehan” atau “ketidaklaziman” sehingga mampu menarik perhatian dan rasa ingin tahu (curiosity). Ia mengatakan, “jika seekor anjing menggigit orang itu bukanlah berita. Tetapi jika orang menggigit anjing itulah berita” (If a dog bites a man, it is not news. But if man bites a dog is news). (Romli, 2014 : 4) Kita boleh sepakat serta tidak sepakat terhadap pandangan Nothclife tersebut. Karena jika yang digigit anjing itu adalah orang terkenal misalnya artis populer atau seorang kepala negara, maka berita tersebut merupakan berita yang menarik. Kesimpulannya adalah “kita menerima penekanan bahwa berita yang baik dan yang layak dicari antara lain adalah yang mengandung unsur “keanehan” itu sendiri. Sehingga berita yang kita buat bisa dibaca orang lain”. (Romli, 2014 : 4) Michtel V. Charnley mengemukakan pengertian berita yang lebih lengkap dan untuk keperluan praktis yang layak kita jadikan acuan. Ia mengatakan “Berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca, serta menyangkut kepentingan mereka”. (Romli, 2014 : 5) Dari definisi-definisi diatas, kita dapat melihat terdapat empat unsur yang harus dipenuhi oleh sebuah berita yang sekaligus menjadi “karakteristik utama” sebuah berita dapat dipublikasikan di media massa atau yang biasa disebut layak muat.

Keempat unsur inilah yang dikenal dengan nilai-nilai berita (news values) atau nilai-nilai jurnalistik. (Romli, 2014 : 5) 1. Cepat, yakni aktual atau ketepatan waktu. Dalam unsur ini terkandung makna harfiah berita (news). “Tulisan jurnalistik,” kata Al Hester, “adalah tulisan yang memberi pembaca pemahaman atau informasi yang tidak ia ketahui sebelumnya.” 2. Nyata (faktual), yakni informasi tentang sebuah fakta (fact), bukan fiksi atau karangan. Fakta dalam dunia jurnalistik terdiri dari kejadian nyata (real event), pendapat (opinion), dan pernyataan (statement) sumber berita. Dalam unsur ini terkandung pula pengertian sebuah berita harus merupakan informasi tentang sesuatu dengan keadaan sebenarnya atau laporan mengenai fakta sebagaimana adanya. “Seorang wartawan harus menulis apa yang benar saja,” ujar M.L. Stein (1993:26), seraya mengingatkan “jangan sekali-kali ia mengubah fakta untuk memuaskan hati seseorang atau suatu golongan. Jika sumber anda dapat dipercaya itulah yang paling penting.” 3. Penting, artinya menyangkut kepentingan orang banyak. Misalnya peristiwa yang akan berpengaruh pada kehidupan masyarakat secara luas, atau dinilai perlu untuk diketahui dan diinformasikan kepada orang banyak seperti kebijakan baru pemerintah, kenaikan harga, dan sebagainya. 4. Menarik, artinya mengundang orang untuk membaca berita yang kita tulis. Berita yang biasanya menarik perhatian pembaca, disamping yang aktual dan faktual serta menyangkut kepentingan orang banyak juga berita yang bersifat menghibur (lucu), mengandung keganjilan atau keanehan, atau berita “human interest” (menyentuh emosi, menggugah perasaan). (Romli, 2014 : 5-6) Secara ringkas dapat diambil kesimpulan bahwa berita merupakan laporan peristiwa yang telah memenuhi keempat unsur tersebut, karena tidak semua peristiwa yang terjadi layak

dilaporkan atau diinformasikan. Dengan demikian seorang wartawan hendaknya mampu membedakan mana peristiwa yang mempunyai nilai berita dan mana yang tidak mengandung unsur-unsur nilai berita. (Romli, 2014 : 6-7) Unsur-unsur berita tersebut dikenal dengan 5W+1H, meliputi : 1. What : Apa yang terjadi? 2. Where : Dimana hal itu terjadi? 3. When : Kapan peristiwa itu terjadi? 4. Who : Siapa yang terlibat dalam kejadian itu? 5. Why : Kenapa hal itu terjadi? 6. How : Bagaimana peristiwa itu terjadi? (Romli, 2014 : 10) Sedangkan jenis-jenis berita yang dikenal dalam dunia jurnalistik antara lain adalah sebagai berikut: · Straight News : berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar atau yang menjadi berita utama (headline) merupakan berita jenis ini, · Depth News : berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan · Investigation News : berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber · Interpretative News : berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan · Opinion News : berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi poleksosbudhankam, dan sebagainya. (Romli, 2014 : 11-12) Kemudian struktur berita yang lengkap adalah seperti yang tertulis dibawah ini : 1. Judul (head) 2. Dateline, yakni tempat atau waktu berita itu diperoleh dan disusun. 3. Teras berita (Lead) 4. Isi berita (Body) (Romli, 2014 : 13).

C. Media sosial

1. Pengertian Media

Menurut Rulli Nasrullah (2018:3) istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana defenisi yang selama ini diketahui , terkadang penegertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, semua defenisi yang ada memiliki kecendrungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata media yang muncul bersamaan dengan itu adala sarana disertai dengan teknologinya. Koran merupakan representasi dari media cetak, sementara radio yang merupakan media audio dan televisi sebagai media audio visual merupakan reoresentasi dari media online di dalam jaringan.

Terlepassa dari cara pandang melihat media dari bentuk dan teknologinya pengungkapan kata media bisa dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri. Proses terjadinya komunikasi memerlukan tiga hal yaitu: objek, organ dan medium. Saat menyaksikan sebuah program di televisi, televisi adalah objek dan mata adalah organ. Perantara antara televisi dan mata adalah gambar atau visual. Contoh sederhana ini membuktikan bahwa media merupakan wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi.

2. Pengertian Sosial

Menurut Rulli Nasrullah (2018:6) kata sosial dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranajh sosiologi. Menurut Ruslli Nasrullah dalam Fucs (2014) ada beberapa pertanyaan dasar ketika melihat kata sosial, misalnya terkait dengan informasi dan kesadaran .Individu adalah manusia yang selalu berkarakter sosial dan individu baru dikatakan sosial ketika ia secara sadar

melakukan interaksi. Bahkan, dalam teori sosiologi disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek dari masyarakat yang dipresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan.

Menurut Fuchs (2014:5) kolaborasi dan kerja sama juga menjadi focus perhatian ketika membahas definisi sosial dalam sosial media. Secara teori, ketika membahas kata sosial, ada kesepahaman bahwa individu-individu yang ada dalam komunitas itu tidak hanya berada dalam sebuah lingkungan. Anggota komunitas harus berkolaborasi hingga bekerja sama karena itulah karakter dari sosial itu sendiri. Menurut Marx dalam Fuchs (2014:40-42) makna sosial itu merujuk pada saling bekerjasama. Dengan melihat fakta bahwa kata sosial bisa dipahami dari bagaimana setiap individu saling bekerjasama, apa pun kondisinya, sebagaimana yang terjadi dalam proses produksi di mana setiap mesin saling mengisi saling bekerjasama dan memberikan kontribusi terhadap produk. Dalam kajian Marx ini ada penekanan bahwa sosial berarti terdapatnya karakter kerjasama atau saling mengisi di antara individu dalam rangka membentuk kualitas baru dari masyarakat.

Untuk memahami bagaimana bersosial itu terjadi dan terkait dengan teori sosial serta makna sosial di internet, berikut tabel dibawah ini:

Pendekatan	Teori Sosial	Makna Sosial di Internet
Teori Struktural	Emelie Durkheim: Fakta-fakta sosial merupakan sesuatu yang tetap dan terstruktur sosial yang objektif	Semua computer, program maupun perangkat merupakan sosial karena computer

dari kondisi kebiasaan-kebiasan adalah struktur yang sosial yang konstan. merealisasikan ketertarikan individu, kesepahaman, tujuan, dan minat yang semuanya itu merupakan fungsi-fungsi dari masyarakat dan akibat dari perilaku sosial.

Teori Aksi Sosial	Max Weber: Perilaku sosial merupakan timbal balik dari interaksi simbolik	Platform dalam www yang memungkinkan komunikasi terjadi dalam ruang waktu yang berbeda termasuk dalam sosail.
-------------------	--	---

Rulli Nasrullah (2018:9)

3. Pengertian Media Sosial

Menurut Rulli Nasrullah (2018:6) dua pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat suatu defenisi tentang media sosial berdasarkan perangkat teknologi semata. Diperlukan pendekatan-pendekatan dari teori-teori sosial untuk memperjelas apa yang membedakan antara media sosial dan dan media lainnya di internet sebelum pada kesimpulannya apa yang dimaksud dengan media soial juga termasuk perlunya pembahasan khusus untuk mencari hubungan antara media dan masyarakat.

Untuk menjelaskan hal ini, mengawali dengan perkembangan kata web 2.0 merujuk dari media internet yang tidak lagi sekedar penghubung antara individu dengan perangkat atau teknologi dan jaringan computer yang selama ini ada dan terjadi dalam web 1.0 tetapi telah melibatkan individu untuk mempublikasikan secara bersama, saling mengolah dan melengkapi data, web sebagai platform atau program yang bisa dikembangkan sampai pada pengguna dengan jaringan dan alur yang sangat panjang.

Menurut Afriani, (2011: 24). Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial online merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat broadcast media monologue (satu ke banyak audiens) ke media sosial dialogue (banyak audiens ke banyak audiens). Jenis serta komposisi media sosial online di dunia virtual sangat beragam, antara lain jejaring sosial (Facebook, Instagram, Friendster, LinkedIn, dan sebagainya), microblogging platform (Twitter, Plurk, KoproL, dan lain-lain), jejaring berbagi foto serta video (Flickr, Youtube, dan sebagainya), Podcast, Chat rooms, Message board, Forum, Mailing list, serta masih banyak lainnya.

4. Manfaat dan Fungsi Media Sosial

Menurut Rulli Nasrullah (2018:12) Manfaat penggunaan media sosial bagi individu:

- a. Media komunikasi digital. Media sosial membantu pengguna berinteraksi dengan siapa pun dan kapan pun melalui koneksi internet.
- b. Sarana pembelajaran dan pengembangan diri. Melimpahnya informasi didunia maya menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana pembelajaran dan pengembangan diri (*Rosarita Niken Widiastuti, 2018: 10*)
- c. Media hiburan. Konten yang tersebar di media sosial saat ini sangatlah beragam dan tidak sedikit masyarakat yang menjadikan media sosial sebagai media hiburan dalam aktivitas sehari-hari.
- d. Membuka lapangan pekerjaan. Ada banyak sekali pekerjaan yang lahir dari perkembangan media sosial. Sebut saja pembuat konten, penulis artikel hingga berjualan adalah contoh pekerjaan yang dapat dilakukan dengan bantuan media sosial.

Manfaat penggunaan media sosial bagi organisasi:

- a. Media komunikasi digital mirip dengan kegunaan media sosial bagi individu, saat ini hampir semua organisasi memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi digital mereka dengan masyarakat.
- b. Media pemasaran. Daya jangkau media sosial yang sangat luas menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana utama dalam peningkatan penjualan dan pemasaran digital saat ini (*Rosarita Niken Widiastuti, 2018:11*)

Selain itu, terdapat fungsi media sosial menurut Puntoadi (2011:5) pengguna media sosial berfungsi sebagai berikut.

- a. Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena aduensilah yang akan menentukan. Berbagai sosial media menjadi media untuk orang yang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- b. Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi interaksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan content komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang lebih dalam.

5. Karakteristik Media Sosial

Meurut Rulli Nasullah (2018:9) Adapun karakteristik media sosial sebagai berikut:

- a. Jaringan (network) Kata “jaringan” (network) bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (hardware) lainnya. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Namun, sebagaimana ditekankan oleh Castells (2002), struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan teknologi informasi dalam mikro elektronik. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*user*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi,

seperti kumputer, telepon genggam atau tablet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan antara pengguna dalam dunia maya tidak peduli dalam dunia nyata saling mengenal atau tidak.

- b. Informasi (*information*) Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Informasi diprediksi, dipertukarkan dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme.
- c. Arsip (Archive) Untuk pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di facebook, sebagai contoh informasi itu tidak akan hilang saat pergantian hari, bulan bahkan tahun. Informasi itu akan terus tersimpan. Contoh lainnya yaitu, ketika kita menerima (*confirm*) permintaan pertemanan di facebook, saat itu juga akses terhadap informasi dari pengguna sosial milik orang tersebut, mulai dari data pribadi, kumpulan foto yang diunggah, tempat mana yang telah dikunjungi dapat kita ketahui. Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga informasi itu telah menjadi bagian dari dokumen yang

tersimpan. Ketika mengakses media sosial dan memiliki akun di media sosial tersebut, secara otomatis pengguna telah membangun ruang atau gudang data. Gudang data tersebut diisi oleh pengguna dan pintunya terbuka untuk dimasuki oleh siapa pun.

- d. Interaksi (Interactivity) Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) di internet semata, tetapi juga harus dibangun interaksi antar pengguna tersebut. Contohnya saling mengomentari atau saling memberikan tanda jempol “like” dan saling membagikan informasi yang didapat ‘share’.
- e. Simulasi (Simulation) Sosial Budrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang riil di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terusmenerus. Khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan antara yang nyata dan yang ada di layar. Khalayak seolah-olah berada di antara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas. Media tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media lebih nyata (real) dari realitas itu sendiri. Realitas media adalah hasil proses simulasi, di mana representasi yang ada di media telah diproduksi dan direproduksi oleh media menjadi realitas tersendiri yang terkadang apa yang direpresentasikan berbeda atau malah bertolak belakang.

f. Konten Oleh Pengguna (User Generated Content) Karakteristik media sosial terakhir adalah konten pengguna atau lebih populer disebut dengan user generated content (UGC). Ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten pengguna ini yaitu penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruangnya sendiri tetapi juga dapat mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

D. Instagram

1. Pengertian Instagram

Menurut Putri, (2013:14) instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan” (Pengertian instagram, 2012, dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>). Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “instan-telegram”.

Menurut Bambang, (2012:16) dalam Atmoko., instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan

twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih.

Menurut Bambang, (2012:28)Enaknya instagram adalah tampilan antar mukanya yang sangatsederhana dan mudah dimengerti. Sehingga orang awam pun akan mudahmenelusuri tiap menunya. Kesederhanaan dan tampilan cantik ini adalah salahsatu resep sukses Instagram. Aplikasi ini hanya punya lima menu utama yangsemuanya terletak di bagian bawah yaitu : Home Page, Popular, Take Photo,News Feed dan Profile.

Menurut Bambang, (2012:30)Instagram disukai karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagifoto ditambah beberapa filter bergaya retro yang menarik. Instagrammemberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto

Menurt Bambang, (2012:16).Dalam hal ini, Instagram bersifat real time. Hampir setiap detik terus ribuanbahkan jutaan foto disebar. Instagram dapat diakses setiap waktu, bisa setiapwaktu sesuai kehendak pengguna akun. Mengembangkan sebuah jaringan yangtidak terbatas, dapat menyebarkan ide dan gagasan, sebagai sarana aktualisasi diri. Berbeda dengan situs jejaring sosial lainnya, Instagram memiliki kekuatansebagai berikut :

- a. *Take photo dan video* atau Posting adalah tools untuk mengambil gambaratau video dari galeri *handphone* kita maupun langsung.

- b. *Comment* adalah memberi tanggapan atas kiriman kita atau kita memberi tanggapan atas kiriman orang lain. Pengguna juga dapat menggunakan fitur *aerobba* atau tanda @ dan masukan nama pengguna yang dimaksud dalam komentar tersebut, agar komentar tersebut dapat dibaca oleh pengguna tersebut.
- c. *Caption* ,*Caption* berfungsi layaknya deskripsi.*Caption* adalah tulisan atau keterangan yang berkaitan dengan foto atau video yang di unggah. Jika pengguna menulis keterangan foto yang menarik, pengguna akan menarik minat *followers* untuk membaca keseluruhan isi keterangan atau caption tersebut.
- d. *Hastag* adalah sebuah label (tag) berupa suatu kata yang diberi awalansymbol bertanda pagar (#) yang berfungsi untuk mengelompokkan foto dalam satu label. Agar lebih mudah dicari dan ditemukan.
- e. *Tag* adalah mencantumkan atau menandai teman atau akun lain dalam sebuah posting atau kiriman.
- f. *Mention* adalah fitur yang memungkinkan untuk memanggil pengguna lain untuk saling menyapa atau memanggil.
- g. *Collection* adalah fitur yang memungkinkan untuk menandai sekaligus menyimpan foto dari akun lain, sehingga memungkinkan kita dengan mudah mengakses foto tersebut kembali.

2. Instagram Sebagai Media Komunikasi

Menurut Rulli Nasrullah (2018:40) jaringan sosial sebagai medium yang paling populer dalam kategori media soial.Medium ini merupakan sarana

yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Situs jejaring sosial adalah media sosial yang paling populer. Media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi terjadi tidak hanya pada pesan teks, tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Semua posting merupakan real time memungkinkan anggota untuk berbagai informasi seperti apa yang terjadi. Kehadiran jejaring sosial seperti Instagram merupakan media sosial yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber. Fasilitas di Instagram bisa dimanfaatkan pengguna untuk mengungkapkan apa yang sedang disaksikan, bercerita tentang keadaan di sekitar dirinya, hingga bagaimana tanggapannya terhadap situasi.

Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan sering bertemu di dunia nyata maupun membentuk jaringan pertemuan baru. Dalam banyak kasus pembentukan pertemanan dalam Instagram pertemanan baru ini berdasarkan pada sesuatu yang sama.

E. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Menurut Joseph A. Devito, dalam Ngalimun (2018:3) komunikasi interpersonal merupakan proses mengirim dan menerima sebuah pesan dari

seseorang untuk seseorang, atau dari sekelompok kecil maupun besar orang-orang sehingga menghasilkan umpan balik. Pengertian diatas diartikan sebagai :

the process of sending and reciving messages between two person, or among a small group of persos, with some effect and some immediate feedback.

Menurut Wiryanto dalam Everett M. Rogers (2008:35) mengartikan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi terjadi dari mulut ke mulut yang terjadi dengan berinteraksi melalui tatap muka. Komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal adalah proses bertukar informasi serta evakuasi pada pengertian antara dua orang atau lebih dari suatu kelompok manusia kecil dengan berbagai efek dan umpan balik (*feedback*). Terdapat beberapa karakteristik dalam komunikasi interpersonal. Menurut Judy C. Pearson dalam Ngalimun, (2018:16-18) menyebutkan bahwa ada enam karakteristik komunikasi interpersonal, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Komunikasi interpersonal bermulai pada diri sendiri (*self*).

Artinya, bahwa segala bentuk proses penafsiran pesan maupun penilaian maupun penilaian seseorang atau orang lain, hal ini butuh adanya kesadaran dari diri sendiri.

- 2) Komunikasi interpersonal bersifat transaksional.

Komunikasi yang dilakukan terjadinya sebuah pertukaran atau transaksional merupakan sifat komunikasi interpersonal berpacu pada tindakan dari pihak yang terkait saat berkomunikasi, mereka akan bertukar pesan secara timbal balik dan berkesinambungan.

- 3) Komunikasi interpersonal mencakup pada aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi.

Yang dimaksudkan dalam hal ini adalah kekuatan antar individu merupakan komunikasi yang bisa berjalan dengan efektif dan tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan tetapi kadar hubungan antar individu.

- 4) Komunikasi interpersonal mensyaratkan saat pihak-pihak berkomunikasi untuk melibatkan kedekatan fisik.

Dengan kata lain, pihak-pihak yang melakukan komunikasi yang saling bertatap muka sehingga komunikasi interpersonal akan berjalan lebih efektif.

- 5) Komunikasi interpersonal menempatkan kedua belah pihak yang berkomunikasi saling bergantung satu sama lainnya (*interdependensi*). Hal ini menunjukkan dalam komunikasi interpersonal melibatkan ranah emosi sehingga terdapat saling ketergantungan emosional di antara pihak-pihak yang berkomunikasi.
- 6) Komunikasi interpersonal tidak dapat diubah maupun diulang. Artinya, ketika menyampaikan sebuah pesan saat komunikasi interpersonal berlangsung tidak dapat mengubah ataupun mengulang kembali tentang apa yang sudah disampaikan. Untuk itu diperlu adanya kesadaran saat menyampaikan pesan sehingga menciptakan komunikasi yang kondusif.

F. Kerangka Berpikir

Menurut Jalaludin Rakhmat (2017:51) menyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sedangkan, Suharman (2005:23) menyatakan: “persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan

atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia”.

Menurutnya ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian.

Ada beberapa aspek persepsi Mahasiswa yang menjadi indicator dalam penelitian yaitu:

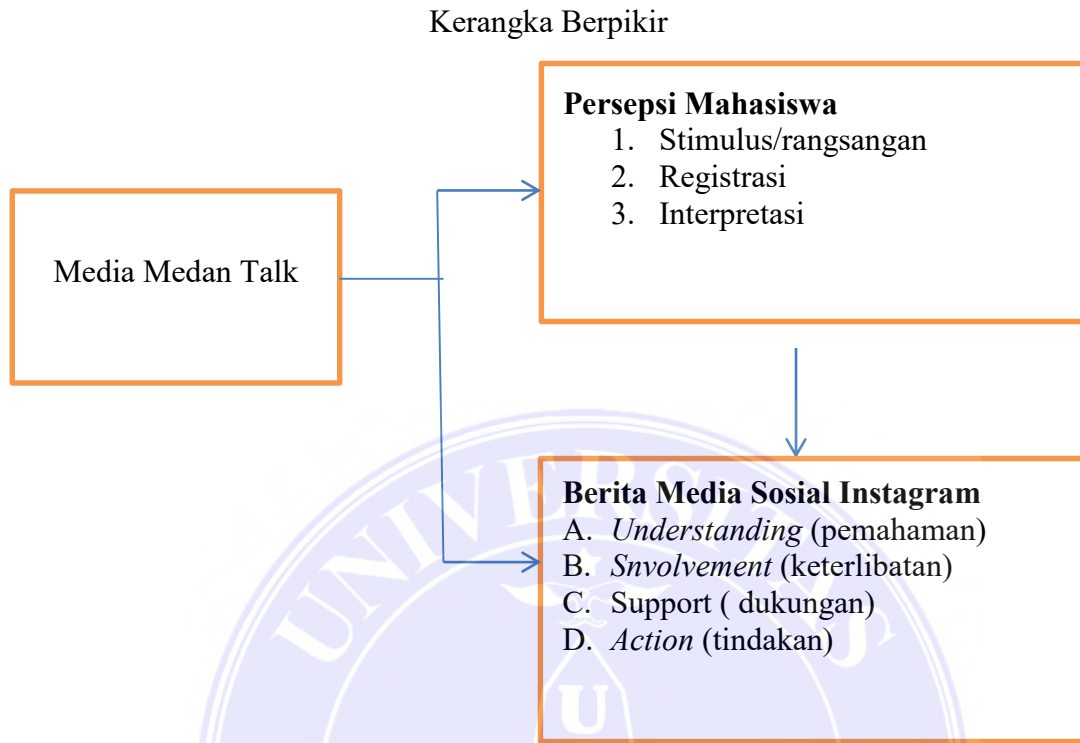
1. Stimulus/rangsangan
2. Registrasi
3. Interpretasi

Begitu juga dengan Berita di Media Sosial Instagram peneliti mengambil beberapa indicator yang menjadi bahan dalam penelitian sebagai berikut:

- a. *Understanding* (pemahaman)
- b. *Snvovement* (keterlibatan)
- c. Support (dukungan)
- d. *Action* (tindakan)

Adapun yang menjadi kerangka berpikir dalam penelitian, berikut peneliti sajikan kerangkanya:

Gambar. 2.1



Sumber: Diolah Peneliti (2022)

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan.

No	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Teori yang digunakan
1	PERSEPSI MAHASISWA TENTANG KEPALA BERITA CLICK BAIT MEDIA ONLINE INSTAGRAM (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN ILMU	Persepsi mahasiswa terhadap kepala berita clickbait media online instagram sangat merugikan pembaca sebagai pengguna media online instagram. Karena clickbait itu hanyalah judul jebakan yang dibuat oleh si pembuat berita atau pengguna instagram lainnya dan tujuannya hanya untuk	Persamaan: tidak memiliki persamaan. Perbedaan: objek penelitian yang berbeda serta jenis	Teori S-O-R

<p>KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNSRAT KONSENTRASI JURNALISTIK)</p> <p><i>Jenetia Nikita Pangerapan, Antonius Boham, Julius L. K Randang. 2020</i></p>	<p>menaikkan rating berita tersebut. Karena ketika banyak orang meng-klik suatu berita maka rating berita tersebut akan semakin naik. Dan dari masukan serta saran delapan informan mengatakan pentingnya kepala berita atau judul dari suatu berita.</p>	<p>penelitian yang berbeda.</p>
<p>2 PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP SELEBGRAM ANDROGINI INSTAGRAM (Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU Terhadap Selebgram Androgini di Instagram)</p> <p><i>ELSY NOVITA. 2018</i></p>	<p>Jumlah populasi dalam penelitian ini sebesar 245 orang, penentuan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 71 orang. Teknik penarikan sampel di dalam penelitian ini menggunakan <i>Proportionate Stratified Random Sampling</i> dan <i>Purposive Sampling</i>. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (<i>library research</i>) dan penelitian lapangan (<i>field research</i>). Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis tabel tunggal dengan menggunakan SPSS versi 14. Hasil penelitian dapat diketahui mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU tidak sulit menerima keberadaan Selebgram Androgini namun kurang setuju dengan keberadaan Selebgram androgini untuk menjadi idola (<i>public figure</i>)</p>	<p>Persamaan: sama-sama memiliki jenis penelitian kuantitatif. Perbedaan: objek penelitian yang berbeda</p> <p>Teori S-OR</p>
<p>3 Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Pada Website APTISI</p> <p><i>Untung Rahardja, Ninda Lutfiani, Resti Rahmawati. 2019</i></p>	<p>Hasil pada bagian website menunjukkan persentase sebesar 79 % dan termasuk ke dalam kategori setuju, artinya mahasiswa mendukung adanya website aptisi.or.id dan menyajikan berita yang up to date. Sedangkan hasil pada bagian berita dan konten sebesar</p>	<p>Persamaan: sama-sama memiliki jenis penelitian kuantitatif. Perbedaan: objek penelitian yang</p> <p>Teori Persepsi</p>

		79,6% dan termasuk ke dalam kategori setuju, yang menunjukkan bahwa mahasiswa setuju dengan adanya berita pada website aptisi.or.id dapat memberikan manfaat untuk mereka. Kalkulasi hasil penelitian menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju dengan adanya website APTISI yang baru.	berbeda	
4	Istikomatulaeli . 2018. Persepsi Sosial Mahasiswa di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses terbentuknya persepsi sosial mahasiswa pada saat menggunakan Instagram berlangsung melalui beberapa tahapan, diantaranya: 1)Terbentuknya persepsi mahasiswa dimulai dari pertemanan; 2) Interaksi di Instagram membentuk persepsi sosial mahasiswa; 3) Persepsi sosial mahasiswa terbentuk dengan membaca postingan orang lain; dan 4) Persepsi sosial mahasiswa di Instagram dipengaruhi oleh persepsinya terhadap orang tersebut di dunia nyata. Selain itu, terbentuknya persepsi sosial di Instagram juga dipengaruhi oleh intensitas seringnya mahasiswa dalam menggunakan Instagram.	Persamaan: sama-sama memiliki jenis penelitian kuantitatif. Perbedaan: objek penelitian yang berbeda	Teori S-O-R
5	Martin Saul Lumintang. 2019. PERSEPSI MAHASIWA PADA BERITA ONLINE POST TRUTH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM	Dari penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan antara lain : (1) Persepsi mahasiswa mengenai penilaian, kesan, tanggapan terhadap berita Post Truth Donald Trump kurang baik dan banyak membuat masyarakat resah dalam membaca isi berita tersebut, harapan kedepannya untuk lebih diperbanyak literasi mengenai berita Post truth. (2) mahasiswa menafsirkan akan menjadi dampak buruk bagi masyarakat tanpa adanya literasi mengenai berita Post Truth.	Persamaan: sama-sama menggunakan teori persepsi. Perbedaan: objek penelitian yang berbeda dan jenis penelitian yang berbeda	Teori Persepsi

<p>6</p> <p>RADIKA INTAN BERLIANA. 2021. PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP AKUN INSTAGRAM JOKOWI DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UIN RADEN INTAN LAMPUNG)</p>	<p>Dari hasil analisis data ini dapat disimpulkan bahwa ada dua tanggapan mahasiswa yaitu tanggapan positif dan negative. Persepsi positif menurut mahasiswa terhadap akun Instagram Presiden Jokowi cukup memenuhi kebutuhan informasi masyarakat yang mana dalam akun tersebut muncul persepsi positif dan negative dari mahasiswa yang berfokus pada informasi Sosialnya yaitu tentang pendidikan, pentingnya melakukan vaksin dan menggunakan masker, menaati pemberlakuan perpanjangan kegiatan masyarakat, kunjungan keluar kota, dan mengucapkan hari-hari besar.</p>	<p>Persamaan: sama-sama menggunakan teori persepsi. Perbedaan: objek penelitian yang berbeda dan jenis penelitian yang berbeda</p> <p>Teori Persepsi</p>
<p>7</p> <p>ARIE WAHYU PRATAMA. 2018. PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP AKUN INSTAGRAM PARIWISATA SUMUT DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA ALAM SUMATERA UTARA</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian bahwa persepsi terhadap akun Pariwisata Sumut dalam mempromosikan wisata alam Sumatera Utara sangat baik. Jawaban tersebut dilihat dari mayoritas informan sebanyak 98,5% mengatakan bahwa dapat membantu untuk mempromosikan wisata alam di Sumatera Utara. Jadi simpulan dalam penelitian ini bahwasanya Mahasiswa memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap akun instagram Pariwisata Sumut karena untuk memperkenalkan wisata alam Sumatera Utara ke tingkat Nasional maupun Internasional.</p>	<p>Persamaan: sama-sama menggunakan teori S-O-R. Perbedaan: objek penelitian yang berbeda dan jenis penelitian yang berbeda</p> <p>Teori S-O-R</p>
<p>8</p> <p>Nandra Nurdiyanto 2018. Persepsi Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Islam Indonesia Pengguna Media Sosial Terhadap Konten Akun Kesehatan Di</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah kesehatan @infia_health dan @tanya_dokter bermanfaat untuk meningkatkan informasi dan pengetahuan masyarakat tentang kesehatan. Namun di sisi lain narasumber tidak bisa langsung mempercayainya</p>	<p>Persamaan: sama-sama menggunakan teori persepsi. Perbedaan: objek penelitian yang</p> <p>Teori Persepsi</p>

Instagram

informasi yang diberikan tanpa menyebutkan sumbernya, sehingga perlu dicari jurnal untuk membuktikan kebenaran informasi tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tentang mahasiswa kedokteran faktor internal yaitu perhatian, suasana hati dan faktor eksternal, yaitu desain dan intensitas akun dalam memposting informasi. Faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa kedokteran adalah faktor internal yaitu perhatian, suasana hati dan faktor eksternal yaitu desain dan intensitas akun dalam memposting informasi.

berbeda dan jenis penelitian yang berbeda

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Januari sampai dengan February 2022.

2. Tempat Penelitian

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Pada program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area yang beralamat di Jalan Kolam Nomor 01. Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Deli Serdang Sumatera Utara.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic. Menurut Sugiyono (2018;13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

2. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Selain data primer, sumber data yang dipakai peneliti adalah sumber data sekunder, data sekunder didapat melalui berbagai sumber yaitu literatur artikel, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Arikunto, S. (2013:30). Populasi adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Itulah definisi populasi dalam penelitian. Populasi di sini maksudnya bukan hanya orang atau makhluk hidup, akan tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, akan tetapi meliputi semua karakteristik, sifat-sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek tersebut. Bahkan satu orangpun bisa digunakan sebagai populasi,

karena satu orang tersebut memiliki berbagai karakteristik, misalnya seperti gaya bicara, disiplin, pribadi, hobi, dan lain sebagainya. Adapun jumlah populasi pada Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UMA adalah berjumlah 501 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi, hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, maka oleh sebab itu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi. Sampel yang akan diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau dapat mewakili. Jumlah populasi penelitian ini adalah sebanyak 501 orang (*sumber: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. 2022*), untuk pengambilan jumlah sampel maka peneliti menggunakan rumus Slovin dengan nilai toleransi ini dinyatakan dalam persentase dengan taraf kesalahan 4 %.

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Dimana :

- n = Jumlah sampel
 N = Jumlah Populasi
 e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Adapun kesalahan yang ditolelir dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebesar 4 %. Dari rumus yang tertera diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

$$n = \frac{501}{1 + 501(0,4)^2}$$

$$n = \frac{501}{5,0} \quad n = 100,2$$

Adapun jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang tentunya telah menjadi pilihan oleh peneliti yang layak dijadikan responden dalam penelitian ini.

D. Defenisi Konsep dan Operasional

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif, merupakan model keputusan yang mempergunakan angka. Secara teori, peneliti kuantitatif menyisihkan dan menentukan ubahan-ubahan dan kategori-kategori variabel. Semua variabel tersebut terikat dalam bingkai hipotesis yang seringkali hadir lebih dahulu sebelum adanya data pada pendekatan kuantitatif, dalam hal pengamatan dilakukan melalui lensa yang sempit pada serangkaian variabel yang telah didesain sebelumnya.

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Dengan melihat definisi operasional suatu penelitian, maka seorang peneliti akan dapat mengetahui suatu variabel yang akan diteliti sebagai berikut :

Tabel 3.1.

Operasional Variabel

Persepsi Mahasiswa X	Indikator a. Stimulus/Respon b. Registrasi c. Interpretasi (Miftah Toha (2003: 145))
Berita di Media Sosial Instagram Medantalk Y	Indikator a. <i>Understanding</i> (pemahaman) b. <i>Snvovement</i> (keterlibatan) c. <i>Support</i> (dukungan) d. <i>Action</i> (tindakan) Rulli Nasullah (2018:9)

Olahan Data, 2021

E. Teknik Pengumpul Data

Menurut Hadari Nawawi.(2015:65)Dalam melakukan penelitian ini, adapun teknik yang akan di lakukan dalam proses pengumpulan data adalah:

Untuk memperoleh data serta informasi yang diperlukan, penulis melakukan tehnik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku buku yang ada hubungannya dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh berbagai informasi yang dapat membantu di dalam penelitian.

b. Penelitian Kelapangan (*Flired Research*)

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan sehubungan dengan penelitian ini maka tehnik yang digunakan adalah: Kuesioner (*Questioner*), yaitu pengumpulan data dengan membuat daftar pernyataan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR) dengan bentuk *checklist*, dimana setiap pernyataan mempunyai 5 (lima) opsi sebagaimana terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel III.2
Skala Interval

NO	PERNYATAAN	SKOR
1	Sangat Setuju (SS)	3
2	Setuju (S)	2
3	Tidak Setuju (TS)	1

Sumber : Sugiyono (2012:124)

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasi (Singarimbun, 2008:231). Adapun teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah :

1. Analisis Tabel Tunggal

Analisis tabel tunggal merupakan suatu analisis yang dilakukan dengan membagi-bagikan variabel penelitian ke dalam kategori-kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi. Tabel tunggal merupakan langkah awal dalam menganalisa data yang terdiri dari dua kolom, yaitu sejumlah

frekuensi dan kolom presentase untuk setiap kategori (Singarimbun, 2011:266).

2. Uji Korelasi

Menurut Ghozali (2013:34) uji reliabilitas adalah uji untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Apabila suatu alat ukur memberikan hasil yang stabil maka disebut alat ukur tersebut baik. Hasil ukur itu diterjemahkan dengan koefisien keandalan yaitu derajat kemampuan alat ukur mengukur perbedaan-perbedaan individu yang ada. Keandalan itu perlu, sebab data yang tidak handal dapat diolah lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias. Pengukuran dilakukan sekali dan reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

Rumus *Alpha Cronbach* seperti yang dikemukakan Arikunto (2006:186) adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya soal

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah Varians tiap-tiap item

σ_t^2 = Varians total

Koefisien korelasi Spearman (r_s) yang diperoleh akan menunjukkan bilangan antara +1,00 dan -1,00. Jika tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X dan Y, maka r_s sama dengan nol. Jika nilai r_s positif,

variabel-variabel dikatakan berkorelasi positif, sedangkan jika nilai r_s negatif, variabel-variabel dikatakan berkorelasi negatif. Untuk melihat tinggi rendahnya korelasi digunakan skala Guilford sebagai berikut :

- $\leq 0,20$ = hubungan rendah sekali; lemah sekali
- $0,20 - 0,39$ = hubungan rendah tapi pasti
- $0,40 - 0,70$ = hubungan yang cukup berarti
- $0,71 - 0,90$ = hubungan yang tinggi
- $\geq 0,90$ = hubungan yang sangat tinggi; kuat sekali

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan uji F. Uji F statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengujian

Dimana : $t_{hitung} > t_{tabel}$ = H_0 ditolak, jika variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

$t_{hitung} < t_{tabel}$ = H_a diterima, jika variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 dimaksudkan untuk mengukur kemampuan seberapa besar persentase variasi variabel bebas (independen) pada model regresi linier berganda dalam menjelaskan variasi variabel terikat (dependen). Dengan kata lain pengujian model menggunakan R^2 , dapat menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yang digunakan dalam model regresi linier

berganda adalah variabel-variabel independen yang mampu mewakili keseluruhan dari variabel-variabel independen lainnya dalam mempengaruhi variabel dependen, kemudian besarnya pengaruh ditunjukkan dalam bentuk persentase.

Rumus uji koefisien determinasi (R^2) yang dikemukakan Sudjana (2002:383), sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK_{reg}}{\Sigma Y^2}$$

Besarnya $r_{xyhitung}$ yang diperoleh dikonsultasikan terhadap r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dengan $dk = N-2$. Bila $r_{xyhitung} > r_{tabel}$ 5%, maka disimpulkan bahwa pengaruh signifikansi antara variabel seluruh bebas (X_1) terhadap variabel terikat (Y)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan penyebaran kusioner dan menyimpulkan maka yang dilakukan oleh peneliti serta dilakukan analisa dari data -data yang diperoleh dari lapangan, studi pustaka dan sumber-sumber lain. Maka penulis menarik kesimpulan tentang Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Medan Area Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram MedanTalk. adalah sebagai berikut:

1. Persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Medan Area pada Media sosial memiliki dampak positif besar dalam mencari informasi-informasi terkini yang disajikan MedanTalk termasuk pada kehidupan saat ini yang banyak memempertemukan berbagai cara pandangan dari banyak orang dalam media sosial. Media sosial dapat membuat yang tadinya tidak berarti menjadi lebih berarti melalui fungsi viral yang dimiliki MedanTalk, begitu juga orang atau produk yang besar dapat seketika menjadi kecil dengan media sosial. Pemanfaatan yang baik dari media sosial sebenarnya dapat turut membantu pengembangan berbagai hal seperti halnya popularitas dan bisnis karena media sosial dapat turut membangun pandangan public menjadi lebih baik.
2. Pada dasarnya semua pengguna Instagram MedanTalk lebih mengedepankan nilai-nilai positif atas respon mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Medan Area atas konten-konten yang disampaikan oleh pihak MedanTalk.. Permasalahannya bahwa resiko respon negative selalu dijadikan sebagai alasan

akhir, dimana kemudian banyak pengguna Instagram yang tidak siap dengan segala bentuk perbedaan cara pandang dan juga komentar dari pengguna Instagram lainnya. Meskipun sekarang ini juga menjadikan respon negative sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan traffic di Instagram yang juga dapat meningkatkan popularitas.

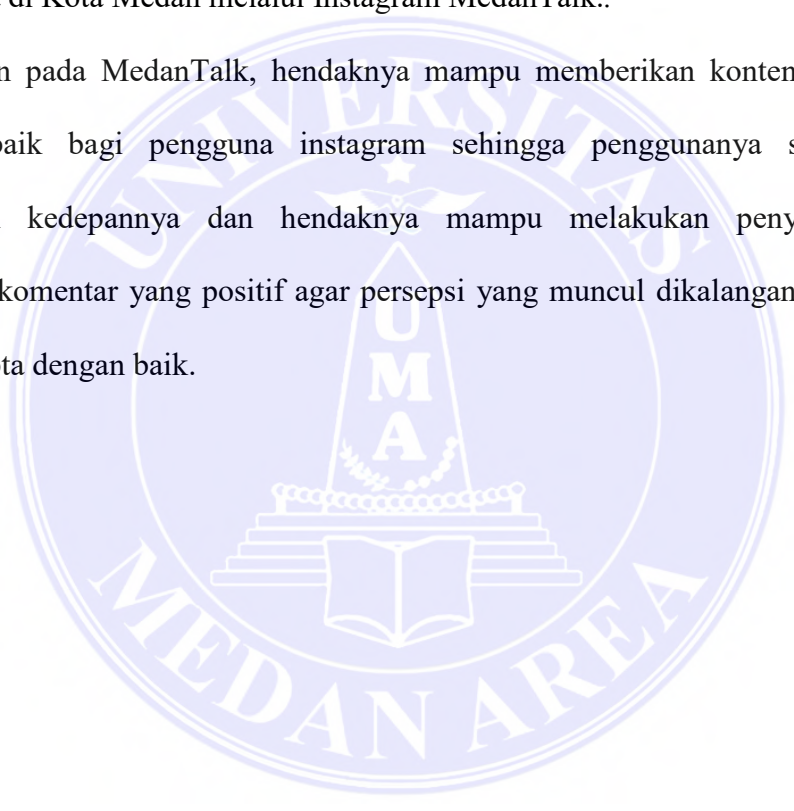
3. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi menunjukkan bahwa korelasinya diperoleh 81,9 dan mempunyai nilai kemandapan yang berada dinilai 0,71 -0,90 maka Koefisien korelasi yang berarti data di atas memiliki hubungan yang tinggi.. Hasil uji F diperoleh sebesar 3,467 dengan demikian hipotesis diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Medan Area berpengaruh positif Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram MedanTalk. Untuk Uji koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Medan Areasebagai variabel bebas dapat menjelaskan Berita di Media Sosial Instagram MedanTalk sebagai variabel terikat sebesar 85% pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Medan Area artinya dengan adanya persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Medan Area maka persepsi tentang MedanTalk berdampak positif dengan baik.

B. Saran

Setelah menjelaskan secara keseluruhan dari penjelasan dan kesimpulan diatas maka peneliti memberikan saran tentang Persepsi Mahasiswa Program

Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Medan Area Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram MedanTalk . Sebagai berikut:

1. Disarankan pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Medan Area agar lebih sering mencari informasi-informasi melalui media social sebagai referensi diri sendiri dalam mencari informasi berupa berita sehingga mampu mengetahui tentang apa kejadian khususnya di Kota Medan melalui Instagram MedanTalk..
2. Disarankan pada MedanTalk, hendaknya mampu memberikan konten-konten yang terbaik bagi pengguna instagram sehingga penggunanya semakin bertambah kedepannya dan hendaknya mampu melakukan penyaringan komentar-komentar yang positif agar persepsi yang muncul dikalangan remaja agar tercipta dengan baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Aliakbar 2018. Efektifitas youtube sebagai media penyebaran informasi (Studi pada Serambi on TV). Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
- Arikunto, Suharsimi. 2015 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka. Cipta.
- Aoyama, Y., & Castells, M. (2002). An Empirical Assessment of the Informational Society. *International Labour Review*, 141. Geneva: ILO
- Abdul Kadir, 2003, *Konsep dan Tuntunan Praktis Basis Data*, Andi, Yogyakarta.
- Afriani, 2011. Media sosial online merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet .
- Alicia, Yashinta Putri. (2013). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Opini Audit Sebelumnya Terhadap Opini Audit Going Concern". *Jurnal Penelitian*. Universitas Negeri Padang
- Anastasia Lipursari 2013. Peran Sistem Informasi Manajemen(Sim) Dalam Pengambilan Keputusan. *JURNAL STIE SEMARANG*.
- Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta : Media Kita. Creswell
- Gibson, James. L., et al. 2016. *Organisasi, Perilaku, Struktur, Proses*, Edisi Ke-5. Jakarta. Erlangga.
- Edhy Sutanta. 2003. *Sistem Informasi Manajemen*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Everett, M. Rogers, with F. Floyd Shoemaker. 2008.. *Communication of Innovation : A Cross Cultural Approach*. London : The Free Press. Fajar
- DeVito, Joseph A. (2013). *The Interpersonal Communication Book 13 th Edition*. United .Jakarta
- Fuchs, Christian. (2014). *Social Media a Critical Introduction*. Los Angeles : Sage. Publication,

- Judy C. Pearson dalam (Ngalimun, 2018: 16) menyebutkan terdapat enam karakteristik dari komunikasi interpersonal
- Kriyantono, Rachmat.2014. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2019. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. 2018. Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi. Penerbit: PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Rahmat, J. 2007. Psikologi Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Puntoadi, Danis, 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Social Media, PT Elex Komputindo, Jakarta
- Siagian, P.S. 2018. Organisasi Kepemimpinan Dan Perilaku Administrasi, Jakarta: Gunung Agung.
- Sholihah, Afiffatus,2018. Penggunaan instagram sebagai media promosi (Studi deskriptif kualitatif pada produk teh thailand pikameame di Yogyakarta). Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Widiastuti, Rosarita Niken, 2018, Memaksimalkan penggunaan media social dalam lembaga pemerintah. Buku, Kementrian Informasi dan Informatika Republik Indonesia
- Yusuf. 2009. Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan. Ed.1. Jakarta

Jurnal :

1. PERSEPSI MAHASISWA TENTANG KEPALA BERITA CLICK BAIT MEDIA ONLINE INSTAGRAM (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNSRAT KONSENTRASI JURNALISTIK) Jenetia Nikita Pangerapan, Antonius Boham, Julius L. K Randang. 2020
2. PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP SELEBGRAM ANDROGINI DI INSTAGRAM (Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU Terhadap Selebgram Androgini di Instagram) ELSY NOVITA. 2018

3. Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Pada Website APTISI Untung Rahardja, Ninda Lutfiani, Resti Rahmawati. 2019



Lampiran I

KUESIONER PENELITIAN

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP BERITA DI MEDIA

SOSIAL INSTAGRAM MEDANTALK

(Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Medan Area)

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden :

Umur Responden :

Jenis Kelamin :

Jurusan :

NIM :

B. PETUNJUK PENGISIAN

*Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan mengisi jawaban atau
memberikan tanda centang (✓) pada kotak yang telah tersedia di bawah ini!*

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Tidak Setuju (TS)
4. Sangat Tidak Setuju (STS)

ANGKET/QUESTIONER

A. Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Medan Area (X)

- | No | Pertanyaan |
|----|--|
| 1 | Medantalk mampu memberikan daya tarik pada pengguna instagram
a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Tidak Setuju |
| 2 | Medantalk merupakan media online yang terbaik saat ini melalui instgaram yang ada di Kota Medan
a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Tidak Setuju |
| 3 | Medantalk memiliki informasi yang singkat dan padat
a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Tidak Setuju |
| 4 | Medantalk digemari semua kalangan khususnya kalangan muda dalam memberikan komentar seputar informasi-informasi yang disajikan
a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Tidak Setuju |

- 5 Pengguna instagram Medantalk memberikan apresiasi yang tinggi dalam penyampaian informasi
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Tidak Setuju
- 6 Medantalk dalam penyampaian konten-kontennya sangat menarik perhatian para pengguna instagram
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Tidak Setuju
- 7 Para pengguna isntagram dalam memberikan informasi baik itu melalui video wajib diseleksi oleh pihak Medantalk
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Tidak Setuju
- 8 Dengan adanya informasi yang disampaikan pihak Medantalk membuat para pengguna instagram semangat dalam mencari informasi yang disajikan Medantalk
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Tidak Setuju

B. Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk (Y)

- 1 Para pengguna media social instagram sangat mampu memahami berita yang disampaikan oleh Medantalk
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
- 2 Berita yang disampaikan Medantalk melalui media social instagram tidak membosankan
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
- 3 Berita yang paling banyak disukai para pengguna media social instagram di Medantalk adalah berita seputar criminal
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
- 4 Dalam penyajian berita dalam bentuk video di media social instagram yang paling banyak digemari oleh kalangan muda
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
- 5 Ketika berita disajikan pihak Medantalk di media social instagram langsung mendapat dukungan dari pengguna isntagram
 - a. Sangat Setuju

- b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
- 6 Yang disukai para pengguna media sosial instagram Medantalk adalah ketika berita criminal yang disajikan langsung mendapat respon dari pihak kepolisian
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju



Lampiran II

Hasil Olahan Data SPSS

No	Persepsi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UMA (X)									Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk (Y)						
	1	2	3	4	5	6	7	8	Jml	1	2	3	4	5	6	Jml
Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	Jml	1	2	3	4	5	6	Jml
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	3	5	4	5	26
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	3	4	3	21
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	5	4	5	27
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	4	5	4	27
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	4	4	25
9	3	4	4	3	4	4	3	4	30	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	5	5	4	5	28
11	4	3	4	4	3	4	4	3	29	3	5	4	5	3	5	26
12	4	5	4	4	5	4	4	5	35	5	5	4	5	5	5	29
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	5	4	5	27
14	5	5	4	5	5	4	5	5	38	3	4	3	4	3	4	21
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	4	5	4	5	27
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	3	5	4	5	27
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	5	5	5	3	5	26
18	5	5	4	5	5	4	5	5	38	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	4	5	5	4	5	5	38	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	4	5	5	4	5	5	38	5	4	4	4	5	4	26
21	5	5	4	5	5	4	5	5	38	4	4	4	4	4	4	24
22	3	4	4	3	4	4	3	4	29	4	4	4	4	4	4	24
23	3	4	4	3	4	4	3	4	29	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	4	4	4	25
25	4	5	4	4	5	4	4	5	35	4	4	4	4	4	4	24
26	4	5	4	4	5	4	4	5	35	5	5	5	5	5	5	30
27	4	5	4	4	5	3	4	5	34	5	4	4	4	5	4	28

28	3	5	4	3	5	4	3	5	32	4	4	5	4	4	4	25
29	4	5	4	4	5	4	4	5	40	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	5	5	4	5	28
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	5	4	28
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	5	4	5	27
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	30
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	5	4	5	27
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	5	4	3	4	23
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	4	4	4	25
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	5	5	5	29
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	3	4	3	21
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	3	4	4	4	23
40	4	5	4	4	5	4	4	5	35	5	5	4	4	5	5	28
41	5	5	4	5	5	4	5	5	38	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	5	4	4	5	4	4	34	5	5	5	5	5	5	30
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	5	4	28
44	3	4	4	3	4	4	3	4	29	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
46	4	3	4	4	3	4	4	3	29	5	5	5	5	5	5	30
47	4	5	4	4	5	4	4	5	35	5	4	4	4	5	4	28
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	5	4	28
49	3	5	3	3	3	5	3	3	28	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	5	4	4	5	4	4	34	5	5	5	5	5	5	30
51	4	4	5	4	4	5	4	4	34	5	4	4	4	5	4	28
52	4	3	4	4	3	4	4	3	29	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	24
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	4	4	5	4	28
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
57	5	5	4	5	5	4	5	5	38	4	4	4	4	4	4	24
58	5	5	4	5	5	4	5	5	38	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	4	5	5	4	5	5	38	5	4	4	4	5	4	26
60	5	5	4	5	5	4	5	5	38	4	4	4	4	4	4	24
61	3	4	4	3	4	4	3	4	29	4	4	4	4	4	4	24
62	3	4	4	3	4	4	3	4	29	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24

64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	3	5	4	5	26
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	3	4	3	21
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	5	4	5	27
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	4	5	4	27
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	4	4	25
71	3	4	4	3	4	4	3	4	4	30	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	5	5	4	5	28
73	4	3	4	4	3	4	4	3	4	29	3	5	4	5	3	5	26
74	4	5	4	4	5	4	4	5	4	35	5	5	4	5	5	5	29
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	5	4	5	27
76	5	5	4	5	5	4	5	5	4	38	3	4	3	4	3	4	21
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	4	5	4	5	27
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	3	5	4	5	27
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	3	5	4	5	26
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	3	4	4	4	23
82	4	5	4	4	5	4	4	5	4	35	5	5	4	4	5	5	28
83	5	5	4	5	5	4	5	5	4	38	4	4	4	4	4	4	24
84	4	4	5	4	4	5	4	4	4	34	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	5	4	28
86	3	4	4	3	4	4	3	4	4	29	4	4	4	4	4	4	24
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
88	4	3	4	4	3	4	4	3	4	29	5	5	5	5	5	5	30
89	4	5	4	4	5	4	4	5	4	35	5	4	4	4	5	4	28
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	5	4	28
91	3	5	3	3	3	5	3	3	3	28	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	5	4	4	5	4	4	4	34	5	5	5	5	5	5	30
93	4	4	5	4	4	5	4	4	4	34	5	4	4	4	5	4	28
94	4	3	4	4	3	4	4	3	4	29	4	4	4	4	4	4	24
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	24
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	4	4	5	4	28
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	3	4	4	4	23
100	4	5	4	4	5	4	4	5	4	35	5	5	4	4	5	5	28

Lampiran III Uji Pembahasan

Uji Koefisien Kolerasi

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.823	.819	14

Uji Hipotesis

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.322	1	.322	6.714	.000 ^b
Residual	44.238	98	.451		
Total	44.560	99			

a. Dependent Variable: **Persepsi Mahasiswa**

b. Predictors: (Constant), **Berita Di Media Sosial Instagram**

Uji Koefisien Determinasi

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.015 ^a	.085	-.003	.67187

a. Predictors: (Constant), **Berita Di Media Sosial Instagram**

b. Dependent Variable: **Persepsi Mahasiswa**

LAMPIRAN IVTABEL NILAI – NILAI R PRODUCT MOMENT


N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	38	0,320	0,413
4	0,950	0,990	39	0,316	0,408
5	0,878	0,959	40	0,312	0,403
6	0,811	0,917	41	0,308	0,398
7	0,754	0,874	42	0,304	0,393
8	0,707	0,834	43	0,301	0,389
9	0,666	0,798	44	0,297	0,384
10	0,632	0,765	45	0,294	0,380
11	0,602	0,735	46	0,291	0,376
12	0,576	0,708	47	0,288	0,372
13	0,553	0,684	48	0,284	0,368
14	0,532	0,661	49	0,281	0,364
15	0,514	0,641	50	0,270	0,361
16	0,497	0,623	55	0,266	0,345
17	0,482	0,606	60	0,254	0,330
18	0,468	0,590	65	0,244	0,317
19	0,454	0,575	70	0,235	0,306
20	0,44	0,561	75	0,227	0,296
21	0,433	0,549	80	0,220	0,286
22	0,423	0,537	85	0,213	0,278
23	0,413	0,526	90	0,207	0,270
24	0,404	0,515	95	0,202	0,263
25	0,396	0,505	100	0,195	0,256
26	0,388	0,496	125	0,176	0,230
27	0,382	0,487	150	0,159	0,210
28	0,374	0,478	175	0,148	0,194
29	0,367	0,470	200	0,138	0,181
30	0,361	0,463	300	0,113	0,148
31	0,355	0,456	400	0,098	0,128
32	0,449	0,449	500	0,088	0,115
33	0,344	0,442	600	0,080	0,105
34	0,339	0,436	700	0,074	0,097
35	0,334	0,430	800	0,070	0,091
36	0,329	0,424	900	0,065	0,086
37	0,325	0,418	1000	0,062	0,081

Sumber : Sugiono 2005

TABEL NILAI – NILAI DALAM DISTRIBUSI T

<i>Derajat signifikasi untuk One-Tailed Test</i>						
dk	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	<i>Derajat signifikasi untuk Two-Tailed Test</i>					
	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,001
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	636,619
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	31,598
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	12,598
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	8,610
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	6,859
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,959
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	5,405
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	5,041
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4781
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,587
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,437
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	4,318
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	4,221
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	4,140
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	4,073
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	4,015
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,965
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,933
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,883
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,850
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,819
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,792
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,767
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,745
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,725
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,707
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,690
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,674
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,659
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,646
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,551
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,460
120	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617	3,373
-	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576	3,297

Sumber : Sugiyono 2005

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jalan PBSI Nomor 1 ☎ (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, ☎ (061) 8201994, Fax. (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 347/FIS.3/01.10/V/2021
Lamp : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

21 Mei 2021

Kepada Yth,
Wakil Rektor Bidang Administrasi & Keuangan
Universitas Medan Area

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :


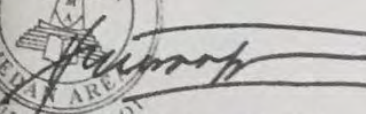
Nama : Oscar Geoffrey Jonanca
N P M : 168530060
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke **Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik - Universitas Medan Area**, dengan judul Skripsi **"Resepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk"**


Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terimakasih.


Dekan,

Dr. Heri Kusmanto, MA

CC : File,-

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8226602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 2372/UMA/B/01.7/VI/2021 07 Juni 2021
Lamp. : 1 (satu) Berkas
Hal : Izin Penelitian Dan Pengambilan Data

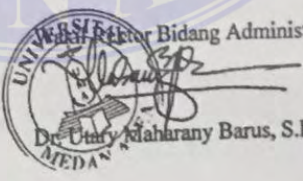
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Medan Area
di - M e d a n

Dengan hormat,
Sesuai dengan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Medan Area nomor 348/FIS.3/01.10/V/2021 tertanggal 21 Mei 2021 perihal Permohonan Izin Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir di Universitas Medan Area oleh mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Oscar Geoffrey Jonanca
No. Pokok Mahasiswa : 168530060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Politik

Pada prinsipnya disetujui yang bersangkutan melaksanakan pengambilan data di Lingkungan Universitas Medan Area, untuk penunjang tugas akhir dengan judul Skripsi "Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk." Dengan tetap mengikuti protokol Covid-19.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.


Wakil Rektor Bidang Administrasi,
Dr. Utari Maharany Barus, S.H, M.Hum.

Tembusan :
1. Mahasiswa Ybs
2. File